



Ministero del Commercio Internazionale

Linee Diretrici
per gli interventi della
SIMEST SpA

2008-2010



| | |
|---|-----------|
| Prefazione | 3 |
| SCENARI E TENDENZE: INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI ED ECONOMIA MONDIALE | 4 |
| STRATEGIA GEOGRAFICA | 7 |
| STRATEGIA SETTORIALE | 10 |
| STRATEGIA DI SISTEMA | 13 |
| STRATEGIA OPERATIVA | 14 |



PREFAZIONE

Le Linee Diretrici SIMEST costituiscono una novità importante per continuare a sostenere il processo di internazionalizzazione dell'economia italiana.

Sul piano metodologico esse confermano la volontà del Ministero del Commercio Internazionale di aumentare l'efficienza degli interventi volti a favorire una maggiore presenza all'estero del sistema produttivo italiano, produrre sinergie positive più forti tra i vari enti ad essa preposti, promuovere una migliore partnership tra istituzioni e imprese.

Le sfide che l'internazionalizzazione pone all'Italia sono molteplici ed impegnative: proiezione in nuovi mercati, difesa delle posizioni già acquisite in quelli tradizionali, maggiore competitività delle imprese. In questa ottica è necessario di affiancare alla sfida dell'internazionalizzazione la promozione del "Paese Italia", come business location ideale per gli investimenti esteri.

Infatti, il sistema Italia è tanto più forte quanto più si consolida all'estero e conseguentemente attrae investimenti.

Le imprese italiane sono sempre più presenti sui mercati internazionali e privilegiano sempre più forme approfondite di internazionalizzazione, quali l'investimento e la joint-venture. Tuttavia, il sistema industriale italiano è caratterizzato da piccole e medie imprese che hanno necessità di essere affiancate nel momento in cui si avvicinano ai mercati dei Paesi esteri.

Il sostegno all'internazionalizzazione è fondamentale poiché senza uno Stato forte è difficile essere protagonisti nell'era della globalizzazione, ma le strategie da adottare cambiano da Paese a Paese, perché in ogni area vi sono potenzialità e segmenti di mercato diversi. Le azioni delineate in questo documento dovranno servire proprio ad individuare quali sono i segmenti a più alto potenziale e in quali mercati.

L'obiettivo del Ministero del Commercio Internazionale è quello di una politica a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese, mirata ad incrementare la dimensione media delle nostre imprese e a creare le condizioni per una maggiore internazionalizzazione del Sistema Italia. La pubblicazione di queste linee diretrici deve intendersi in tale ottica e volta al perseguimento di tale obiettivo.

Emma Bonino

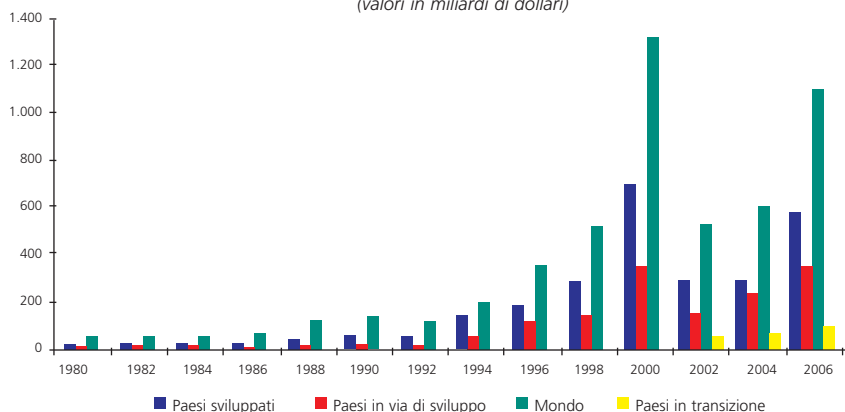
Ministro del Commercio Internazionale



1. Scenari e tendenze: investimenti diretti esteri ed economia mondiale

Il contesto mondiale è caratterizzato da una forte ripresa dei processi di internazionalizzazione sia in termini di commercio sia in termini di investimenti. Le previsioni per i prossimi anni confermano un andamento espansivo dell'economia internazionale e sottolineano la significativa importanza dei flussi di investimento. Già nel 2006 il valore in dollari degli investimenti diretti esteri (IDE) è salito del 34%, avvicinandosi al massimo storico (2000) di circa 1.400 miliardi di dollari.

Investimenti diretti esteri in entrata
(valori in miliardi di dollari)



Nel 2006 la crescita di IDE ha riguardato, analogamente al 2005, pressoché tutte le principali aree di destinazione. Rispetto al 2005 si è registrato un consistente incremento del flusso verso i paesi sviluppati, aumentato del 48% per un ammontare di circa 800 miliardi di dollari. Nei paesi in via di sviluppo l'incremento del 10% rispetto all'anno precedente, con investimenti pari a circa 368 miliardi di dollari, ha fatto segnare un nuovo massimo storico. Nel 2006 il primo paese destinatario di IDE è rappresentato dagli USA, dove gli afflussi sono aumentati del 78%, con investimenti pari a 177 miliardi di dollari, seguiti dal Regno Unito con 170 miliardi.

Il flusso di IDE verso i nuovi dieci paesi membri dell'Unione Europea ha registrato un incremento del 13%, per un flusso stimato in 38 miliardi di dollari. In tale ambito è da rilevare l'aumento della Polonia (+110% circa).

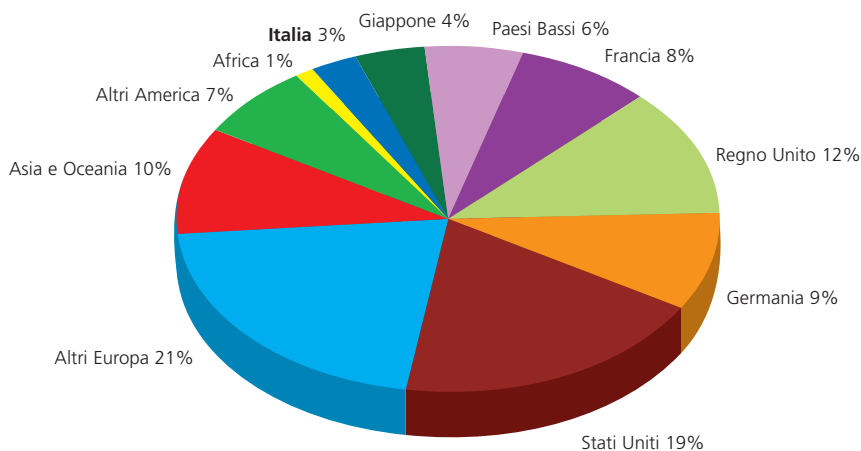
In Asia l'aumento complessivo degli IDE è stato di circa il 15%, con flussi stimati in 230 miliardi di dollari. Rilevanti incrementi percentuali hanno riguardato Thailandia, Singapore ed India, mentre la Cina ha consolidato, con circa 70 miliardi di dollari, i notevoli valori dell'anno precedente.



La positiva dinamica degli IDE ha riguardato anche l’Africa, che ha registrato un incremento di circa il 26%, per flussi stimati in 38 miliardi di dollari, principalmente a seguito di investimenti nei paesi produttori di petrolio, tra i quali spicca la Nigeria.

Investimenti diretti esteri in uscita

(ripartizione percentuale delle consistenze in dollari, 2005)



La geografia economica che si sta delineando può essere interpretata come il risultato di un processo di riorganizzazione industriale, caratterizzato da una frammentazione internazionale della produzione. In questo processo, assume un ruolo rilevante il fenomeno delle delocalizzazioni, che investe, oltre alle attività produttive, anche le attività “pregiate” relative alla generazione di conoscenza, come ad esempio il settore dei servizi. Peraltro, una crescita diffusa degli IDE comporta, oltre ad un aumento della profittabilità delle iniziative, anche un notevole impulso verso il benessere di popolazioni di paesi che fino a pochi anni fa erano solo marginalmente coinvolti nello sviluppo mondiale.

Occorre dunque, in questa fase di rimescolamento della divisione internazionale del lavoro, non rimanere ai margini né essere semplici spettatori. Ciò è ancora più vero se si considera la fase di crescita straordinaria che sta attraversando l’economia mondiale.



Gli investimenti produttivi dell'Italia sono costantemente aumentati negli ultimi anni sia in termini di imprese partecipate sia, in particolare, dei relativi fatturati e addetti. Sulla base dei dati più aggiornati di bilancia dei pagamenti, i flussi netti in uscita dell'Italia per investimenti diretti nel 2006 sono ammontati a circa 32 miliardi di euro.

L'UE è ancora l'area di gran lunga più importante per la destinazione degli IDE: in essa è localizzato il 40% del totale delle partecipazioni italiane, il 38% degli addetti e vi si produce quasi il 60% del fatturato totale. La seconda area più rilevante per numero di iniziative e di addetti coinvolti è costituita dall'Europa Centrale e Orientale, mentre per volume di affari la seconda area più importante è l'America Settentrionale, in cui si produce oltre il 10% del totale del fatturato delle partecipazioni italiane all'estero. Nell'area dell'Estremo Oriente gli investimenti italiani si sono insediati, in particolare, in Cina, India, Giappone e Singapore.

Tuttavia, il modello di crescita delle nostre imprese all'estero rimane ancora troppo orientato alla realizzazione di investimenti imprenditoriali verso i paesi dell'Europa Centro Orientale e alla penetrazione commerciale nei paesi ricchi e/o emergenti, in grado di apprezzare e di consumare già oggi la qualità del *made in Italy* e non è in grado di sfruttare pienamente le opportunità offerte dalle aree del mondo che sono oggi destinatarie di grandi progetti industriali, e per questo oggetto di attenzione dei maggiori investitori internazionali. Valga per tutti l'esempio del continente asiatico, verso cui si orienta un numero sempre crescente di iniziative delle nostre imprese, con risultati sempre più positivi, ma la cui entità rimane tuttavia modesta nel quadro internazionale.

In tale contesto, tutti i soggetti dell'internazionalizzazione vengono sollecitati ad uno sforzo straordinario. Alle imprese è richiesta una capacità di elaborazione strategica di medio-lungo periodo nelle scelte di investimento. Alle istituzioni pubbliche è richiesto di cogliere la sfida di una competizione globale, che investe non solo i singoli attori economici, ma i sistemi-Paese. Per fare questo appare opportuno promuovere politiche industriali in grado di assicurare condizioni infrastrutturali e di *governance* atte a favorire l'internazionalizzazione delle attività, secondo i nuovi emergenti modelli di crescita all'estero.

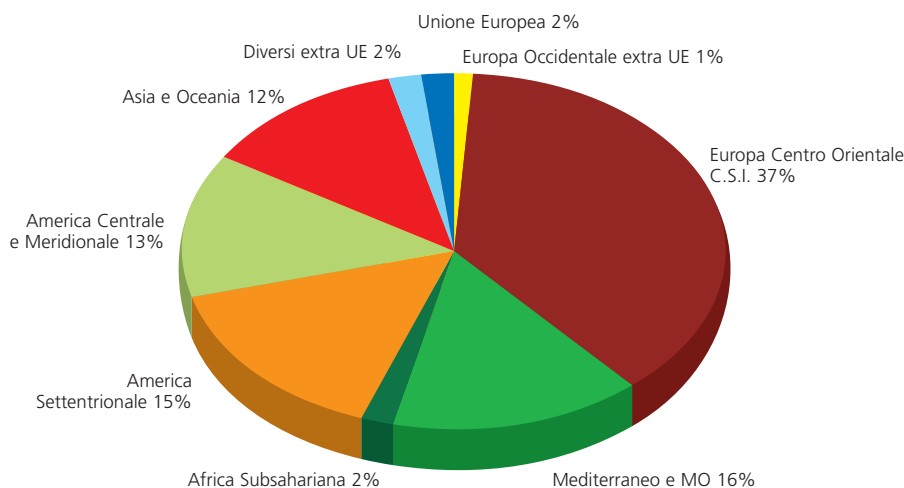


2. Strategia Geografica

La SIMEST SpA dovrà muoversi in coerenza con gli orientamenti geografici che caratterizzano la politica commerciale estera dell'Italia, contenuti nelle Linee Diretrici dell'Attività Promozionale 2008-2010. La selezione delle aree geografiche su cui indirizzare le proprie attività dovrà tenere conto non soltanto dei rapporti attualmente esistenti con i mercati più vicini, sbocco naturale delle attività di investimento diretto, ma anche delle nuove opportunità rappresentate da paesi che, ad oggi, non figurano tra i principali paesi destinatari dell'attività SIMEST e che però presentano programmi di sviluppo pluriennali di grande rilevanza.

Fondi pubblici di sostegno all'internazionalizzazione gestiti da SIMEST al 31.12.2006

(n. progetti/area di investimento, valori percentuali)



Per queste ragioni **l'analisi dei mercati "obiettivo"** per il triennio 2008-2010 è una delle attività più importanti della SIMEST, finalizzata ad accrescere la continuità e l'intensità dell'approccio di sistema, soprattutto riguardo a mercati complessi come quelli delle economie emergenti, ma anche ad indirizzare le azioni di sostegno pubbliche verso mercati o aree geografiche di nuovo interesse.

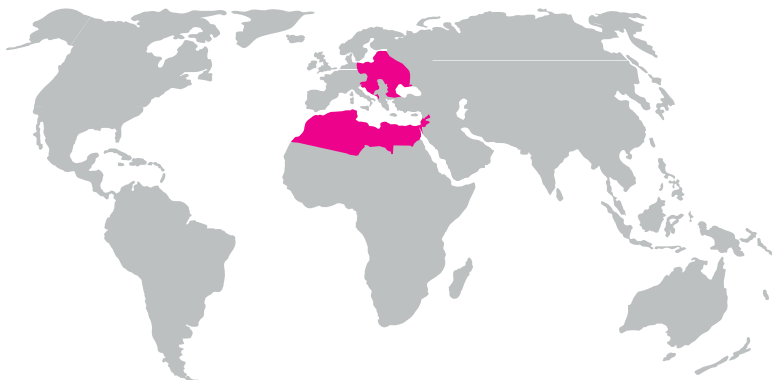


La strategia geografica del prossimo triennio dovrà essere costruita in coerenza con i seguenti orientamenti:

- A) consolidare le relazioni esistenti** nei mercati dove sono già state effettuate o sono previste iniziative di investimento significative: **Turchia, Serbia, Arabia Saudita e Paesi del Golfo, Egitto, Stati Uniti;**

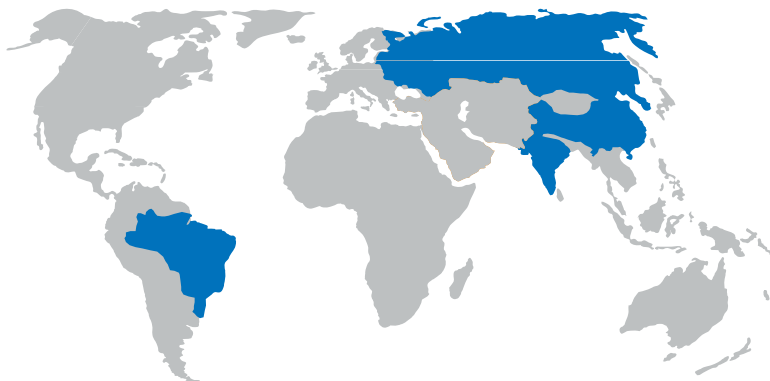


- B) promuovere le attività verso i paesi dell’Africa Mediterranea, dell’Area Danubiano-Balcanica e quelli dell’Europa Orientale**, più facilmente accessibili alle piccole e medie imprese (PMI). Questa area, che largamente coincide con la cosiddetta area di vicinato, è oggetto di una importante azione politico-economica da parte dell’Unione Europea, e la presenza anticipata delle PMI italiane può garantire che riescano a cogliere in anticipo le opportunità previste per queste aree, in particolare la prevista creazione di un’area di libero scambio;



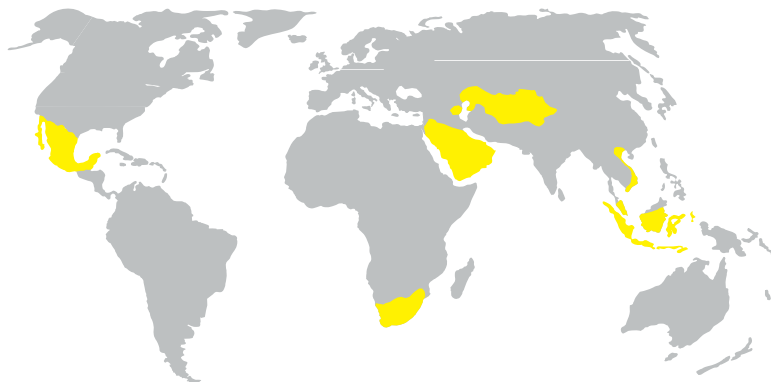


- C) **sviluppare specifiche azioni** verso i cosiddetti **Paesi BRIC** (Brasile, Russia, India e Cina), per i quali si attendono tassi di crescita sostenuti per i prossimi anni;



- D) **intraprendere nuove iniziative verso quei paesi o aree geografiche ritenute strategiche** (Focus). Sono mercati considerati emergenti e ad elevato potenziale di sviluppo economico, nei quali l'Italia può aumentare i suoi investimenti e le sue quote di mercato grazie ad interventi di sistema mirati e concentrati nel tempo.

I paesi **Focus per il 2008**, analogamente a quanto previsto nelle Linee Diretrici dell'Attività Promozionale, sono: **il Sud Africa** e **i paesi produttori di energia nell'area Caucaso/Asia centrale** (in particolare Azerbaijan, Kazakhstan). Per gli anni successivi ed in funzione dell'evoluzione dei mercati, i paesi Focus saranno identificati a partire da un gruppo ristretto costituito da Paesi del Golfo, Messico, Area del Sud-Est Asiatico (Vietnam, Malesia/Indonesia).





3. Strategia Settoriale

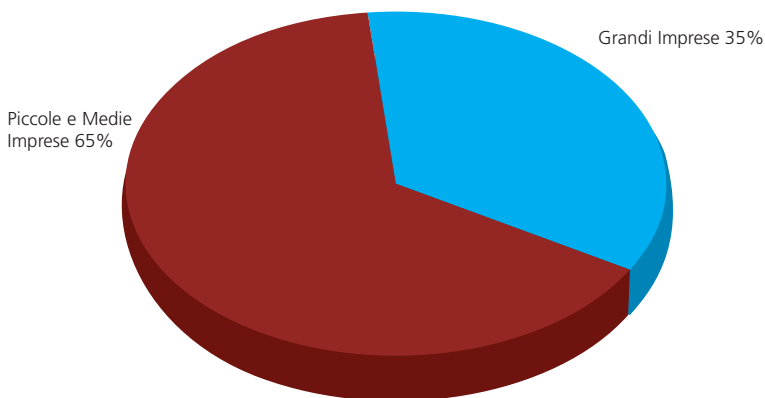
Il cambiamento dei centri di interesse economico internazionale non muta le difficoltà per il sistema produttivo italiano di raggiungere soddisfacenti e stabili posizionamenti nei mercati internazionali. La capacità di conquistare nuovi mercati è direttamente proporzionale alla flessibilità delle aziende, che devono fornire know-how industriale, *brand*, mix di creatività e di dinamismo.

Di conseguenza, la strategia della SIMEST SpA sui settori produttivi dovrà promuovere quelli in cui si prospettano le migliori potenzialità di investimento e redditività, considerando sia le risorse naturali e i mercati locali, sia le specializzazioni tipiche delle imprese italiane, in particolar modo delle PMI.

L'azione a sostegno delle PMI è da ritenersi determinante per fare partecipare pienamente l'Italia al processo di riorganizzazione produttiva mondiale. Per questo la SIMEST SpA dovrà dotarsi di quegli strumenti ricognitivi e di intervento utili a promuovere una sempre maggiore internazionalizzazione delle PMI italiane, sia che si presentino da sole sia che si organizzino in consorzi, distretti o filiere produttive.

Fondi pubblici di sostegno all'internazionalizzazione gestiti da SIMEST al 31.12.2006

(n. progetti/dimensione, valori percentuali)



Per le medesime ragioni, le **attività di promozione degli investimenti e di *business scouting*** dovranno essere principalmente legate ai settori che garantiscono all'Italia una posizione di eccellenza sui mercati mondiali:



- Automazione meccanica
- Agro-alimentare
- Abbigliamento-moda
- Arredamento-casa

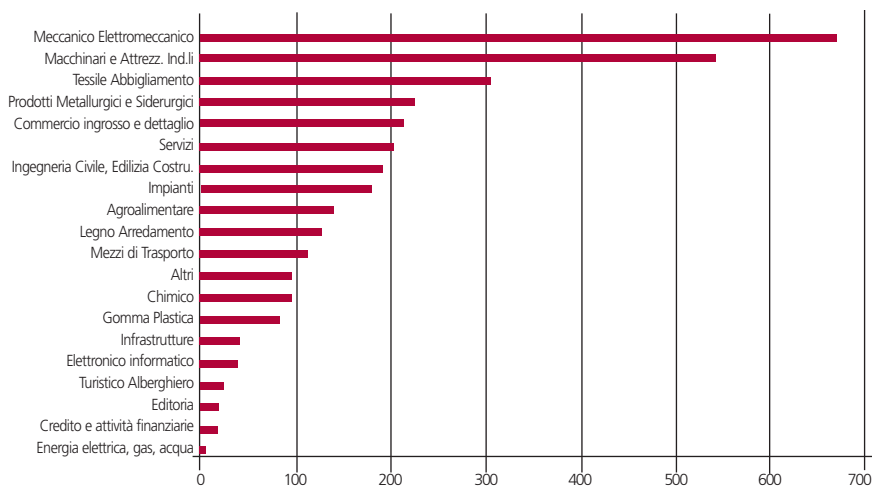
Si tratta delle cosiddette 4A, di cui però diventa determinante, ai fini dello sviluppo di investimenti all'estero, individuare le tendenze future e le possibili specializzazioni produttive.

Le attività della società dovranno prendere in considerazione anche **settori cosiddetti focus**, che appaiono avere notevoli potenzialità di sviluppo all'estero. In particolare:

- Infrastrutture e Logistica
- Impiantistica
- Armamento e Cantieristica
- Elettromeccanica
- Chimica (cosmetica) e specialità farmaceutiche
- Energia e Ambiente
- Servizi finanziari

Fondi pubblici di sostegno all'internazionalizzazione gestiti da SIMEST al 31.12.2006

(n. progetti/settori)





Una particolare attenzione dovrà essere rivolta al **settore delle tecnologie per l'Energia e l'Ambiente**, considerato che ai paesi appartenenti alla UE è stato richiesto di assumersi impegni per mitigare le cause dei cambiamenti climatici attraverso lo sviluppo e la diffusione di tecnologie energetiche, in particolare per l'efficienza e le fonti rinnovabili.

Date le caratteristiche delle imprese italiane, la Società dovrà, inoltre, sostenere le **iniziative per le aggregazioni di impresa e le integrazioni di filiera/distretto** sia direttamente – mediante la selezione, l'organizzazione e l'assistenza a gruppi di imprese – sia indirettamente, attraverso lo sviluppo di parchi industriali all'estero, collaborando a individuare le localizzazioni e agevolando la nascita e la crescita di operatori specializzati in questo settore.

A tal fine, va sostenuta ed incentivata una strategia che si avvalga di strumenti specifici ad iniziare dalla priorità di cui godranno le singole imprese nella valutazione delle domande di incentivazione.

Equalmente, è importante che la promozione di investimenti all'estero sostenga anche **l'imprenditoria femminile** sviluppando un progetto che possa muoversi in parallelo alle iniziative promosse in campo commerciale.



4. Strategia di sistema

Le sfide che l'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano pone oggi al Sistema Paese possono essere così sintetizzate: proiettarsi in nuovi mercati, difendere le posizioni già acquisite e accrescere la competitività delle imprese. Il sistema imprenditoriale italiano è costituito per oltre il 90% da PMI, che necessitano di essere sostenute nel momento in cui si affacciano sui mercati esteri. L'azione di accompagnamento sui mercati internazionali deve divenire dunque una delle priorità della politica di relazioni commerciali.

E' indispensabile incrementare l'attività di promozione degli investimenti e *business scouting* unitamente all'attività di assistenza, per consentire mirate strategie di mercato e investimenti a beneficio delle aziende italiane. **A tal fine SIMEST potrà giovare di utili sinergie con l'ICE** nella promozione degli strumenti pubblici di sostegno all'internazionalizzazione, sia direttamente verso il sistema delle imprese italiane, che indirettamente verso gli operatori esteri interessati a collaborare con le nostre aziende.

L'esperienza insegna che "fare sistema" si rivela una strategia vincente nel duplice senso di creare una sinergia tra i diversi soggetti che operano a sostegno dell'internazionalizzazione (SIMEST, SACE, ICE) e di instaurare una proficua partnership azienda/istituzioni (in primo luogo il sistema bancario e finanziario, nonché le Camere di Commercio). Di conseguenza, si potranno definire veri e propri "pacchetti unici per l'internazionalizzazione", che recepiscano in modo mirato le esigenze dello specifico progetto di distretto/filiera, consorzio o altre forme di aggregazione. Questa strategia potrà essere ulteriormente consolidata nell'ambito delle missioni di sistema dove si dovrà continuare ad affiancare l'azione commerciale e la promozione degli investimenti.

Infine, la fase di *follow-up* delle missioni dovrà essere mirata soprattutto a valutare l'impatto delle missioni in termini di nuovi investimenti e/o nuovi contatti con imprese italiane interessate a conoscere nuovi mercati.



5. Strategia Operativa

L'attuale modello di intervento, prevalentemente finalizzato al conferimento di nuovi mezzi finanziari alle aziende partecipate, ha contribuito ad accrescere l'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano. Tuttavia rimane ancora limitato l'impatto della Società sul sistema produttivo sia in termini di promozione di investimenti all'estero sia in termini di fruizione delle agevolazioni pubbliche gestite per conto dello Stato.

È necessario, quindi, aumentare il livello di conoscenza dei servizi offerti da SIMEST SpA tra le imprese, tenendo conto della distribuzione territoriale e delle dimensioni aziendali. **La partecipazione regolare ed attiva alle missioni istituzionali e alle principali manifestazioni fieristiche** può rappresentare un'importante occasione di sviluppo della Società, soprattutto se accompagnata da puntuali proposte di collaborazione e assistenza alle imprese.

L'esperienza degli ultimi anni ha palesato che non solo gli investimenti produttivi diretti, ma anche accordi commerciali o tecnico-produttivi, nonché programmi di penetrazione commerciale, richiedono competenze manageriali e professionalità specifiche, di cui spesso le imprese, in particolare quelle di piccole dimensioni, non dispongono in misura adeguata. E' opportuno quindi che tra **le attività di assistenza tecnica assumano un peso maggiore:**

- il sostegno alle iniziative di collaborazione tra piccole imprese per la realizzazione di progetti comuni all'estero;
- l'affiancamento nella preparazione di programmi di penetrazione commerciale e di *business plans* per investimenti all'estero.

In particolare, appare necessario svolgere una funzione di *business building* a maggiore contenuto di *know how* che preveda, accanto al tradizionale *scouting*, una attività di assistenza nella costruzione di operazioni, specialmente *joint ventures*, che risultano estremamente complesse.

La SIMEST dovrà continuare a mantenere contatti sistematici con le istituzioni, gli organismi italiani e internazionali, gli enti per le privatizzazioni, al fine di:

- essere un utile supporto informativo per le imprese italiane interessate alla realizzazione di progetti di investimento, ovvero ad espandere le esportazioni dei loro prodotti/servizi;
- ricercare e selezionare specifiche opportunità di investimento nei settori strategici;
- contattare le imprese italiane per proporre ulteriori opportunità di business;
- sviluppare incontri fra imprenditori italiani e locali, per facilitare il raggiungimento di accordi volti ad avviare nuovi investimenti.

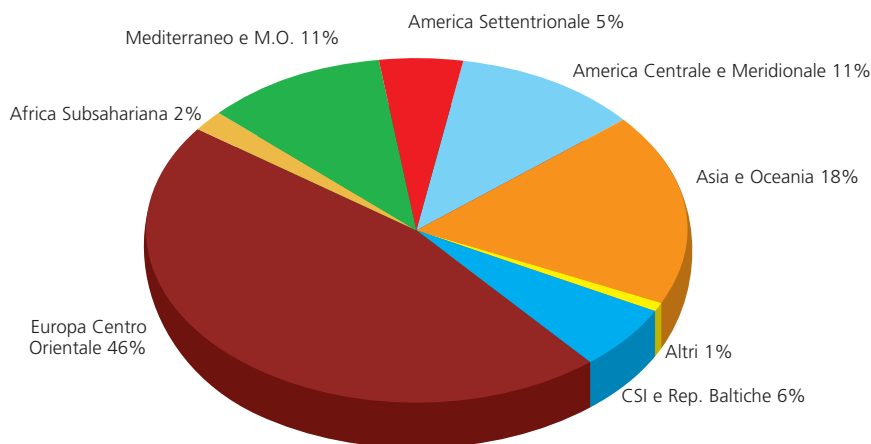


Nell'ambito di una sempre maggiore cooperazione con le Regioni, la Società dovrà esaminare l'opportunità della creazione di **fondi di venture capital**, utilizzando fondi SIMEST e fondi Regionali, allo scopo di dare valorizzazione ai processi di internazionalizzazione delle realtà territoriali, migliorando nel contempo la qualità e la produttività della spesa pubblica regionale.

La SIMEST deve continuare a **partecipare ad imprese e società all'estero** secondo le modalità e i criteri indicati nella Direttiva del Ministro del Commercio con l'Estero del 10 marzo 1994, e successive modifiche. **A tale proposito la Società dovrà sviluppare** modalità operative che agevolino l'accesso delle piccole imprese alle operazioni ex lege n. 100, agendo sia dal lato delle procedure sia dal lato dei costi complessivi gravanti sulle aziende. In questo quadro, e muovendosi in analogia con il Piano di azione per la semplificazione, anche la SIMEST dovrà valutare le modalità per procedere al riesame dei termini nonché delle fasi dei procedimenti amministrativi al fine di realizzare forme di semplificazione e di riduzione dei tempi, facilitando così le azioni delle imprese. Particolare attenzione dovrà essere dedicata alle attività riguardanti **i finanziamenti accordati dalle istituzioni internazionali e dall'Unione Europea**, che presentano caratteristiche assai specifiche, sia per il complesso sistema di regole e procedure che governano le gare, sia per l'elevata qualità dei requisiti necessari per la loro aggiudicazione. La quota italiana di tale mercato si colloca molto al di sotto di quelle dei principali *partner* europei (Francia, Germania e Regno Unito).

Progetti di società all'estero approvati da SIMEST al 31.12.2006

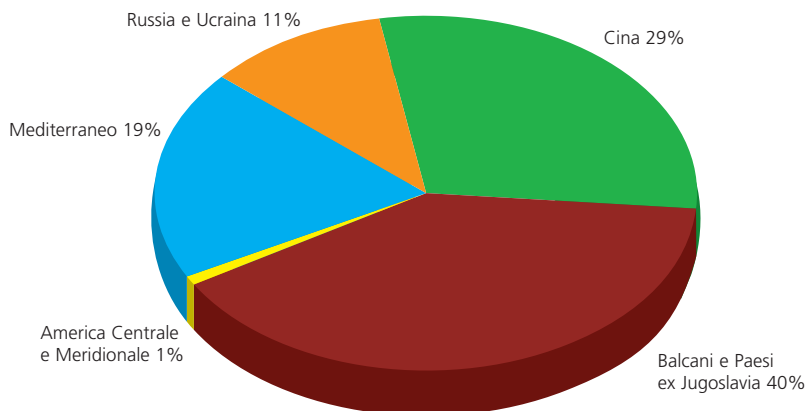
(n. progetti/area di investimento)





Per queste ragioni, occorre che la SIMEST, oltre a potenziare le fonti di informazione disponibili e a monitorare in maniera più capillare le gare d'appalto relative, dovrà contribuire a migliorare la percezione delle opportunità d'affari connesse con l'aggiudicazione delle gare stesse, offrendo alle imprese una assistenza qualificata e completa, anche mutuando le *best practices* sviluppate da altri Paesi europei. Alla SIMEST sarà richiesto, peraltro, di selezionare le gare e i settori con maggiori potenzialità e di mettere a punto delle proposte/progetti di investimento, sui quali coinvolgere le imprese stesse.

Fondi di Venture Capital Partecipazioni approvate dall'avvio fino al 31.12.2006 (numero)



La SIMEST, in coordinamento con gli altri enti preposti all'internazionalizzazione delle imprese italiane (ICE, SACE) e ai fini di un sempre migliore utilizzo delle risorse professionali a disposizione propria e del sistema delle imprese, continuerà ad attuare **azioni di formazione** mirata alla creazione di figure professionali specializzate nel supporto al processo di internazionalizzazione delle PMI, verificandone con attenzione l'efficacia e la rispondenza alle esigenze del sistema.

Pubblicazione realizzata da



www.simest.it

Finito di stampare settembre 2007
da Marchesi Grafiche Editoriali SpA



Ministero del Commercio Internazionale

www.mincomes.it